

**Закключение.** Анализ показателей центральной гемодинамики у студентов, систематически выполняющих физические нагрузки во время обучения в университете и повышающих свое спортивное – мастерство способствует выявлению у них как индивидуальных критериев адаптации, так и групповых закономерностей. Сущность морфологических изменений сердца, связанных с воздействием спорта – сводилась в большей степени к умеренной гипертрофии и расширению полостей сердца как проявление физиологически спортивного сердца.

Литература:

1. Городниченко Э.А. Приспособительные – реакции физиологических систем в оценке функциональных резервов организма / Э.А. Городниченко // Теория и практика физической культуры. – 2000. – №9. – С. 8–9.
2. Меерсон Ф.З. Миокард при гиперфункции, гипертрофии и недостаточности сердца. – М. – Медицина. – 1978. – С. 119.
3. Макарова Г.А. Практическое руководство для спортивных врачей // Ростов-на-Дону, БАРО-ПРЕСС, 2005. – 800 с.

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Готовкина А.В.,**

*студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*  
Научный руководитель – Пороховская М.В.

Туризм в последнее время динамично развивается. По прогнозам экспертов, количество путешествующих с каждым годом будет расти. Увеличивается число туристических фирм, строятся новые отели, рестораны, открываются новые авиалинии, стремительными темпами развивается туристическая инфраструктура. По официальным данным, число туристических фирм в Беларуси, получивших лицензию Министерства спорта и туризма по состоянию на 31 декабря 2015 года, достигло 1364 [1, 2].

В этих условиях, от вопросов касающихся товарной политики, во многом, зависит эффективность белорусских туристических фирм. Так, и правильно подобранный товарный ассортимент будет приоритетной частью товарной стратегии и оружие в конкурентной борьбе белорусских туристических предприятий. Таким образом, формирование товарного ассортимента выступает, здесь, одной из главных задач товарной политики туристических фирм Беларуси.

Цель – исследовать процесс формирования товарного ассортимента в деятельности туристического предприятия в Республике Беларусь [3].

**Материал и методы.** В качестве материалов исследования использовалась нормативно-правовая документация туристического предприятия, а также нормативно-правовые акты в сфере туризма принятые в Республике Беларусь. Базой исследования, является туристическое предприятие «ВИТПОЛ» в г. Витебске. Были использованы следующие методы исследования: диалектический метод научного познания и системный подход, научная абстракция, методы детерминированного факторного анализа, синтеза, методы группировки, прогнозирования, анкетирования, опрос.

**Результаты и их обсуждение.** Товарным ассортиментом туристического предприятия «ВИТПОЛ» выступает комплекс предлагаемых фирмой туристических услуг.

Источники дохода туристической фирмы «ВИТПОЛ»:

а) прибыль от организации туров собственными силами, путем заключения соответствующих договоров на оказание услуг с собственниками туристических объектов (турбаз, санаториев и домов отдыха, лечебниц), с перевозчиками (железнодорожной и авиакомпаниями), предприятиями питания и др.;

б) комиссионные (10%) от выкупа турпакетов у крупных фирм-туроператоров (например, «TezTour») и их последующей продажи клиентам.

Поскольку целью деятельности фирмы как субъекта предпринимательской деятельности является извлечение прибыли и ее стабильное наращивание, каждое из указанных направлений деятельности должно развиваться динамично. В организации собственной туроператорской деятельности ключевое значение имеет поддержание и развитие взаимовыгодного сотрудничества с собственниками туристических объектов, услуг, перевозчиками и т.д., во втором – увеличение объемов продаж турпакетов, так как с каждых дополнительно проданных 100 туров комиссионные фирмы-турагента возрастают на 1%.

Для стабильной работы предприятия и перспективы развития необходимо иметь постоянных клиентов. Поэтому для привлечения таких клиентов туристическая фирма руководствуется следующими принципами:

- правдивость информации (лучше не договорить, чем преувеличить);
- клиент должен знать, что его ждет в дороге, и на месте отдыха;
- клиент должен настроиться на отдых еще в офисе;
- клиент должен знать какие затраты его ожидают.

Сотрудничает туристическая фирма «ВИТПОЛ» только с надежными иностранными партнерами, профессиональными гидами, расселяем туристов в сертифицированные отели. Большой опыт работы

сотрудников, индивидуальный подход, помощь в подборе тура по каждой заявке, грамотные консультации составляют основу работы фирмы.

Среди предложений туристической фирмы «ВИТПОЛ» можно выделить следующие ассортиментные позиции:

а) огромное количество направлений пляжного отдыха: Болгария, Греция, Доминикана, Египет, Израиль, Испания, Италия, Кипр, Крым, Куба, Мальдивы, Турция, Таиланд, Франция, Хорватия, Черногория;

б) ежедневные поездки в Москву (Шоп-туры). Шоп-туры в Смоленск (РФ) и в город Хмельницкий (Украина) из Витебска;

в) экскурсии по Беларуси, России, Украине и туры по Европе;

г) транспортные услуги для частных лиц и предприятий.

Надежные партнеры – залог удачного сотрудничества, обеспечивающего качественный отдых клиентам турфирмы «ВИТПОЛ». «ВИТПОЛ» с большой ответственностью подходит к выбору туристических фирм-партнеров, оказывающих услуги в Республике Беларусь и за рубежом.

Основная задача, которую ставит перед собой туристическая фирма «ВИТПОЛ» – достойный отдых по доступным ценам. Фирма анализирует предложения туристического рынка на момент поиска и подбирает наиболее выгодные варианты с учетом потребностей и пожеланий клиента по оптимальным ценам с сохранением необходимого качественного уровня.

Сегодня, «ВИТПОЛ» может разработать и организовать маршрут любой сложности по запросу клиентов.

Организация корпоративного отдыха – это еще одно направление товарного ассортимента фирмы. «ВИТПОЛ» оказывает услуги, связанные со всем комплексом задач, возникающих в процессе подготовки и проведения выездной конференции или семинара: подбирает удобные варианты перелета, отели, удобные для проведения корпоративного мероприятия, арендует подходящие конференц-залы с необходимым оборудованием, организует экскурсионную и развлекательную программы, включая гала-ужины.

**Заключение.** Туристическая фирма «ВИТПОЛ» за годы своей плодотворной работы заняла надежную позицию среди туроператоров Витебска и Витебской области, имеет доброе имя надежного партнера, которым очень дорожит. Развитие всех направлений деятельности туристической фирмы «ВИТПОЛ» осуществляется в достаточно сложных условиях, поскольку для предпринимательской деятельности в области туризма в последние годы характерна очень высокая степень конкуренции. Тем не менее, турфирма смогла занять собственную нишу на рынке туристической индустрии, сформировать собственный ассортимент предлагаемых туристических услуг: направления пляжного отдыха; ежедневные шоп-туры в города России и Украины из Витебска; экскурсии по Беларуси, России, Украине и туры по Европе; организация корпоративного отдыха; транспортные услуги для частных лиц и предприятий. В этих условиях, именно профессионально организованная маркетинговая деятельность данного туристического предприятия обеспечивает турфирме эффективное продвижение формируемого ею турпродукта, его реализацию и стабильное наращивание прибыли.

#### Литература:

1. Балабанов, И.Т. Экономика туризма: учебное пособие. / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 386 с.
2. Головач, Э.П., Хутова, Е.Н. Исследование туристического рынка Республики Беларусь. / Э. П. Головач, Е. Н. Хутова. // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2016. – №3. – С. 5-9.
3. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы / Постановление Совета Министров Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://mst.by/uploads/files/000362\\_295949\\_Pragrama.doc](http://mst.by/uploads/files/000362_295949_Pragrama.doc) – Дата доступа: 26.11.2016.

## ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ СТУДЕНЧЕСКОЙ И УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ КАК КОМПОНЕНТ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ

**Грачева М.С.,**

*студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Прохоров Ю.М., канд. пед. наук, доцент

Здоровье – одно из самых важных компонентов человеческого бытия, прав и достоинств человека, главное условие успешности в трудовой деятельности и счастья индивида, перспективности социального и культурного развития общества. Все хотя бы сильными и здоровыми, сохранить как можно дольше творческую активность, второе дыхание, на жизненном пути.

Здоровый образ жизни студентов – это совокупность ценностных сберегающих здоровье ориентаций и установок, привычек, режима, ритма и темпа жизни, направленных на оптимальное сохранение, укрепление, формирования, воспроизводства здоровья в процессе обучения и воспитания, общения, игры, труда, отдыха и передача его будущим поколениям. Он предполагает соблюдение, определенных правил, обеспечивающих гармоничное развитие, высокую работоспособность, душевное равновесие и